

ชื่อโครงการวิจัย : การบูรณาการการจัดการศึกษาเพื่อท้องถิ่นวิชาการถ่ายภาพโฆษณา
กรณีศึกษาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี
สถาบันราชภัฏเชียงใหม่

ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมพงษ์ บุญเลิศ

ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2545 ถึง 31 กรกฎาคม 2546

สภาพปัญหาของการวิจัยคือ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่นไม่สามารถจัดการศึกษาให้เอื้อต่อการพัฒนาท้องถิ่นได้เต็มศักยภาพด้วยข้อจำกัด หลายประการ กรณีปัญหาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของชุมชนท้องถิ่น ประสบปัญหาทางการตลาด ขาดการส่งเสริมหรือสื่อสารการตลาดอย่างเป็นระบบ ขาดการใช้สื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่สินค้า ดังนั้นจึงเกิดโครงการวิจัยการบูรณาการการจัดการศึกษาเพื่อท้องถิ่นวิชาการถ่ายภาพโฆษณา กรณีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ โดยจะบูรณาการภารกิจสถาบันอุดมศึกษา ทั้งการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการแก่ชุมชนไปด้วยกัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ

1. เพื่อศึกษาหลักการและวิธีการบูรณาการการจัดการศึกษาเพื่อท้องถิ่นวิชาการถ่ายภาพโฆษณา กรณีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขในการบูรณาการการจัดการศึกษาเพื่อท้องถิ่นวิชาการถ่ายภาพโฆษณา สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาผลการเปลี่ยนแปลงเชิงพัฒนาของนักศึกษาและประชาชนที่ผ่านกระบวนการการบูรณาการฯ
4. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหเกี่ยวกับสื่อสำหรับการสื่อสารการตลาดสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการใช้ภาพถ่ายโฆษณาเป็นองค์ประกอบ

การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยประยุกต์ กับการวิจัยและพัฒนา โดยเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกลุ่มประชากรคือ นักศึกษาปริญญาตรี โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ 2 หมู่เรียน จำนวน 89 คน ได้มาโดยวิธีเจาะจงและประชาชนกลุ่มการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 กลุ่ม ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอใกล้เคียง จำนวน 105 คน ได้มาโดยวิธีเจาะจง เครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร การสนทนากลุ่ม การสังเกต การประเมิน การสอบถาม ดำเนินการเก็บข้อมูล 3 ช่วง คือ ช่วงเตรียมการก่อนการวิจัย ช่วงบูรณาการการจัดการศึกษาแก่กลุ่มนักศึกษาและกลุ่มประชาชน และช่วงหลังการจัดการเรียนการสอนแก่ักศึกษา นำผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการวิจัยมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามประเด็นการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามวิจัย

ใช้สถิติร้อยละและค่าเฉลี่ยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเชิงคุณลักษณะ ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์พบว่า

1. หลักการและวิธีการบูรณาการการจัดการศึกษาเพื่อท้องถิ่นวิชาการถ่ายภาพโฆษณา ใช้หลักการสำคัญคือการยึดเอาปรัชญาและภารกิจของสถาบันราชภัฏ ในการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อท้องถิ่น โดยแปลงภารกิจหลักด้านการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการแก่ชุมชน ให้เป็นพันธกิจ เป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติการให้เกิดเป็นรูปธรรม ผ่านภาระงานของสถาบัน คณะและโปรแกรมวิชา ราชวิชา วิธีการใช้ภาระงานการสอนเป็นแกนหลักและผสมผสานภาระงานวิจัย และการบริการวิชาการแก่ชุมชนไปด้วยกันเพื่อการแก้ปัญหา การสื่อสารการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จัดการเรียนเอาปัญหาท้องถิ่นเป็นตัวตั้ง ในรูปแบบการเรียนรู้แบบเน้นปัญหาและการวิจัยเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ (Problem Based Learning and Research Based Learning) กิจกรรมการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้ห้องเรียนและพื้นที่ชุมชนเป็นห้องปฏิบัติการ นำผลลัพธ์จากการเรียนไปสัมพันธ์กับปัญหาการสื่อสารการตลาดของสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งในระหว่างการเรียนและหลังการเรียน
2. ปัจจัยและเงื่อนไขการบูรณาการการจัดการศึกษาเพื่อท้องถิ่นวิชาการถ่ายภาพโฆษณา มีปัจจัยสำคัญ 5 ปัจจัย คือ 1.ระบบและโครงสร้างระดับสถาบัน คณะ โปรแกรมวิชา และราชวิชา 2. พันธกิจสถาบันในด้านการสอน การวิจัย การบริการวิชาการแก่ชุมชนและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม 3.สิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ สถานที่ และเงินสนับสนุน 4. หลักสูตร สารความรู้ แผนการเรียน สื่อการเรียน แบบประเมิน 5.คนซึ่งได้แก่ ผู้บริหาร ผู้สอน นักศึกษาและประชาชน โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือ การสร้างความเข้าใจแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อการมีส่วนร่วมในการบูรณาการฯ ร่วมกัน
3. การเปลี่ยนแปลงเชิงการพัฒนาของนักศึกษาและประชาชนที่ผ่านการบูรณาการฯ นักศึกษามีการเปลี่ยนแปลงเชิงการพัฒนาที่สำคัญ 3 ด้าน คือ 1.ด้านความรู้ ตามหลักสูตรราชวิชาการถ่ายภาพโฆษณา มีผลการเรียนปานกลางค่อนข้างสูงคือค่าเฉลี่ยระดับ B+ มีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น ปัญหาท้องถิ่นกรณีหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2.ด้านพฤติกรรมและทักษะปฏิบัติ นักศึกษาสามารถปฏิบัติงานตามโครงการของราชวิชาการถ่ายภาพโฆษณาได้ผลการประเมินระดับสูงคือ B+ และ A สามารถผลิตต้นแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาที่มีภาพถ่ายโฆษณาเป็นองค์ประกอบในรูปแบบของแผ่นพับและภาพโฆษณาเพื่อการเผยแพร่ได้ 3.ด้านจิตใจ นักศึกษาส่วนใหญ่มีหลักธรรม อธิปไตย4 ในการเรียนและการทำงานสูงขึ้น มีสมาธิในการปฏิบัติงานที่ยากและซับซ้อนได้ดีขึ้น ส่วนประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงเชิงการพัฒนา 3 ด้านเช่นกัน คือ 1.ด้านความรู้ ได้เรียนรู้การวิเคราะห์ปัญหาชุมชน การออกแบบการแก้ปัญหาชุมชนกรณีหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา วิธีการถ่ายภาพโฆษณา การเขียนแผนงานตลาดและแผนสื่อโฆษณา 2.ด้านเทคนิค ได้เรียนรู้วิธีการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาการถ่ายภาพโฆษณา การใช้

สื่อตามแผนงานตลาด 3.ด้านจิตใจ มีการเปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ทำงานร่วมกัน เป็นหมู่คณะ

4. ปัญหาการสื่อสารการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีภาพถ่ายโฆษณาเป็นองค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีปัญหาด้านการสื่อสารการตลาดเป็นหลักทำให้ยอดขายไม่สอดคล้องกับศักยภาพการผลิต หลังจากการใช้สื่อแผ่นพับแสดงภาพถ่ายโฆษณาตามแผนการตลาด ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น 3 เท่า ถึง 6 ผลิตภัณฑ์ ยอดขายครั้งที่ 1 ผลิตภัณฑ์ และยอดขายเป็นไปตามใบสั่งลูกค้า 1 ผลิตภัณฑ์ ยอดขายไม่เปลี่ยนแปลง 2 ผลิตภัณฑ์ เพราะกลุ่มการผลิตขาดการเรียนรู้ที่เข้มข้นอันเนื่องมาจากโครงสร้างกลุ่มอ่อนแอ

Research Project Title : The Integration of Educational Management in the Community Advertising Photography Course. A Case Study of One Tambon One Product for Undergraduate Student at Rajabhat Institute Chiang Mai.

Author : Asst.Prof. Sompong Boonlert

Funding supported by The Thailand Research Fund Regional Office

Period of research : one year from 1 August 2002 to 31 July 2003

The nature of the problem is that Rajabhat Institute Chiang Mai is unable to manage educational support to the community with full (effectiveness), due to limited resources. The case study of One Tambon One Product of the community uncovers the problems of marketing, due to the lack of publicity, ineffective communication of an appropriate marketing system, and the lack of appropriate media to promote the products. These lead to the research project "The Integration of Educational Management for Community Advertising Photography Course : A Case Study of One Tambon One Product for Undergraduate students at Rajabhat Institute Chiang Mai." by integration of the institute's missions of teaching, research and educational service to the community. The purposes of this research are as follows :

1. To study the principle and the methodology of the integration of educational management for community of the advertising photography course.
2. To study the factors and the conditions of the integration of educational management for community of the advertising photography course.
3. To study the change and development in students and the general public following the integration procedure.
4. To study the problems and the best way to solve them through the use of the media of photography in promotion of community made products including the products from one Tambon one product.

The methodology used in this research is a blend of applied research and development research, with emphasis on participatory action research. The population of this research is the undergraduate students in the Communication Arts program at Rajabhat Institute Chiang Mai. Eighty nine students were selected from 2 groups. Ten groups of people making one Tambon one product were selected with the total of 105 people living in and around Muang District. The research tools used were ; theoretical documents, group conservation, observation, evaluation and inquiry. The data was collected on 3 occasions as follows : preparatory period of research during the process of integration of educational management in the community, and the period after the teaching and learning process. The results of the activities were analyzed and synthesized according to the purposes and research questions by percentage and means. The results were reported in both quantitative and descriptive. The findings were as follows :

1. To study the principle and the methodology of the integration of education management in the community of the advertising photography course, the essential principle is to base on the philosophy and missions of Rajabhat Institute which is education for communities by adapting the philosophy in teaching, researching and educational service to the community to be the commitment, the obligation to tangibles in practicing through the missions of Rajabhat Institute departments, programs and courses. The methodology used is the teaching load blended with research assignment and educational service to the community to solve the problems, marketing communication of one tambon one product on problem based learning and research based learning. The research activities are participatory action research on working area both indoor and outdoor. The results of study were related with marketing communication communities' product problems both during learning and after.
2. The factors and the conditions of the integration of the education management for community advertising photography were found in 5 factors as follows : 1. system and structure at institute level, department, program, and course, 2. Institute's missions of teaching, researching and educational service to communities and to nourish the art and

culture, 3. facilities such as material, accessories, tools, places, 4. curriculum, knowledge, lesson plan, learning material, evaluating form, 5. people namely administrators, teachers, students, and people. The essential condition is to promote understanding to people concerned participate in to integration.

3. The change and development of students and people after the integration procedure is that the students change in 3 parts, which are : 1. Knowledge The curriculum of advertised photography course, the learning outcome moderately high (B+). They have knowledge about communities, 2. Behavior and Practice The students can work according to the project of advertised photography course with the outcome evaluation as high (A, B+). They can produce the printed matters model that constitute from advertised photography in brochure and poster style to publication, and 3. Mentality Most students have 4 Itthibath scruples (the 4 noble truths that the Buddha had instructed, there are sadness, cause of sadness, to treat of sadness and the way to take the sadness off) to learning and working. They have concentration to do complex and difficult assignment better. The people change in the same 3 parts, which are 1. Knowledge They learn communities problems analysis, design to solve the problems in one Tambon one product and design advertising printed matters photography methodology marketing plan, writing and advertise media plan. 2. Technique They learn about advertising printed matters design, advertise media plan usage, and 3. Mentality they have open minded and accept the others' opinions and can work in-group.
4. The marketing publicity problems on communities' products one Tambon one product when being solved by photography factors media. It was found that one Tambon one product had a principle problem which is marketing publicity to get overbalance between the ability to produce and the revenue. After using brochures and posters to publicize following the marketing plans, they can make an increase 300% of revenue profit on 6 products, the same revenue on 1 product, made according to the order on 1 product, and unchanged revenue on 2 products because the groups of the products lack energetic learning result from the loosed group structure.